

**Горовий Дмитро Анатолійович,**  
д-р екон. наук, доцент, завідувач кафедри міжнародної економіки,  
Харківський національний автомобільно-дорожній університет (м. Харків, Україна)

### **ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ СТРУКТУРИ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ**

*Лише незначна частина нематеріальних здобутків відображається зараз на балансі українських підприємств у складі нематеріальних активів. Це істотно знижує конкурентоспроможність підприємств як на місцевому, так і на світовому ринку. Метою статті є порівняння структури нематеріальних активів (НМА), відображених у фінансовій звітності різних країн, та розроблення пропозицій зі збільшення видів НМА у їх структурі на підприємствах України. Світова практика засвідчує досить різноманітну структуру нематеріальних активів у різних країнах світу. Зважаючи на значну розбіжність за офіційними даними, що визначаються у різних країнах, була зроблена спроба узагальнити ці дані, щоб привести їх до єдиної структури. За даними статистичної звітності в Україні приблизну оцінку структури нематеріальних активів можна одержати лише за структурою інноваційних витрат в економіці. За ними видно, що в Україні переважають складники інформаційних надбань підприємств.*

Ключові слова: нематеріальні активи, бренд, людський капітал, інформаційні ресурси, організаційний капітал, інноваційні витрати, науково-дослідні роботи.

**Постановка проблеми в загальному вигляді.** Одним із завдань українських підприємств на сучасному етапі розвитку економіки є оптимізація обсягу та структури їх активів через тенденцію до зниження їх вартості. Головним чином проблема виникає через те, що в українській практиці фінансового обліку на відміну від інших країн не в повному обсязі враховуються віртуальні (нематеріальні) складники капіталу підприємства.

Проте їх наявність значно підвищує популярність підприємства (або його товарів), а відповідно і капіталізацію підприємства та сприяє зростанню його ринкової вартості. Лише незначна частина нематеріальних здобутків відображається зараз на балансі українських підприємств у складі нематеріальних активів (НМА). Також і питома вага НМА у сукупному балансі українських підприємств є незрівнянно малою порівняно з іноземними. Це істотно знижує конкурентоспроможність підприємств як на місцевому, так і на світовому ринку. Завдяки цьому при угодах злиття-поглинання (M&A) або процедурі публічного продажу акцій (IPO) українські підприємства є недооціненими і постають значно слабшими та дешевшими порівняно з іноземними.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Уперше питання оцінювання нематеріальних здобутків підприємства буди розглянуті у працях Н. Бонтіса [1], Чан Вей Чу [2], Р. Каплана [3], Д. Люти [4], Й. Рууса [5], П. Саллівана [6], Т. Споарта [7] та інших. У них переважно досліджувалися проблеми використання та розроблялися методи оцінювання інтелектуального капіталу як одного з видів нематеріальних здобутків підприємства.

Також окремі види нематеріальних здобутків підприємства досліджувалися в працях вітчизняних та російських вчених: М. Дороніної [8], О. Кендюхова [9], А. Козирєва [10], О. Кузьміна [11], С. Ілляшенка [12], Є. Голишевої [13] та інших.

**Виділення не вирішених раніше питань.** Однак у цих працях не досліджувалося порівняння структури нематеріальних активів у різних країнах світу та не проводилося розроблення методологічної та методичної бази з їх розвитку для збільшення прибутковості підприємства. Усе це зумовило вибір теми дослідження, його мету, а також зміст завдань для її досягнення.

**Метою статті** є порівняння структури нематеріальних активів (НМА), що визнаються у фінансовій звітності різних країн, та розроблення пропозицій зі збільшення видів НМА у їх структурі на підприємствах України.

**Викладення основного матеріалу.** Світова практика засвідчує досить різноманітну структуру НМА у різних країнах світу. Наприклад, наведена на рис. 1 структура НМА Великобританії свідчить про майже рівний розподіл часток між такими видами НМА (які виділяють у цій країні), як: людський та організаційний капітал, програмне забезпечення, вартість бренда та дизайну, патентів та витрат на наукові дослідження з невеликою перевагою саме людського капіталу. Цей елемент є надзвичайно переоціненим у цій країні, що значно підвищує вартість товарів, що виробляються у Великобританії.

Також необхідно відзначити високу питому вагу організаційного капіталу та програмного забезпечення. І якщо з останнім можна погодитися, адже програмне забезпечення сьогодні надзвичайно переоцінене в усьому світі, то висока питома вага реальної вартості організаційного капіталу у Великобританії викликає сумнів через відсутність єдиної думки щодо тлумачення цього виду капіталу у працях різних учених світу [5]. Дані для побудови діаграми одержані з [14].

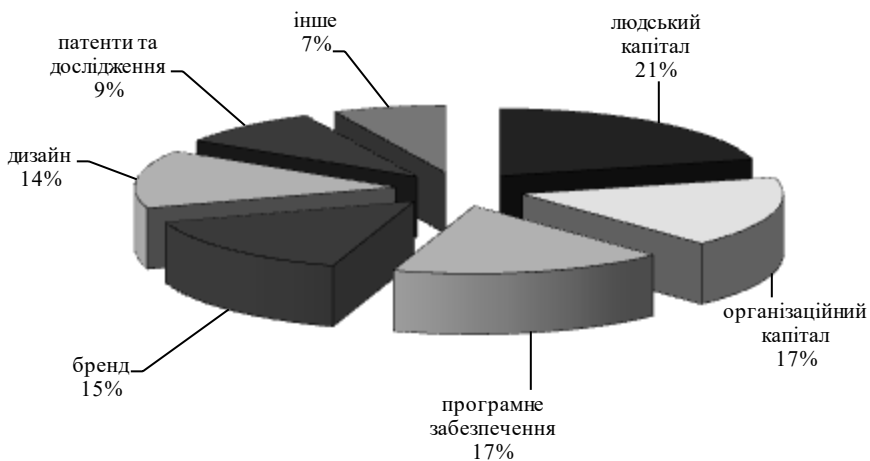


Рисунок 1 – Структура НМА у Великобританії

Майже подібна ситуація спостерігається у Сполучених Штатах Америки, хоча за існуючою у цій країні звітністю з НМА визначаються лише 5 таких видів. Їх розподіл станом на 2004 рік наведено на рис. 2. Дані взяті з [15]. Тут визначити причини такого розподілу досить важко через значний обсяг коштів, прихованих в елементі «інші активи».

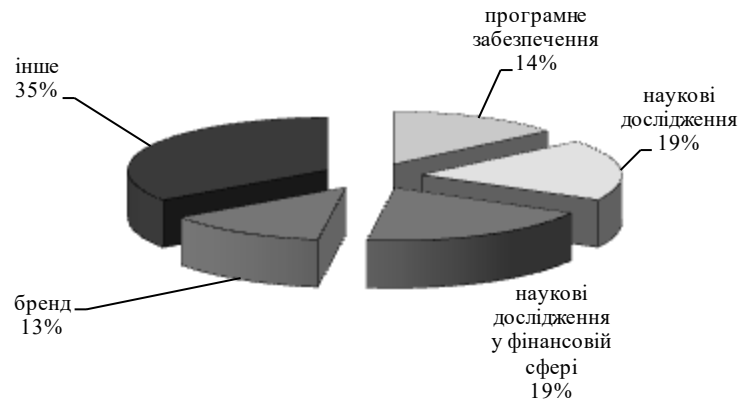


Рисунок 2 – Структура НМА у США

Натомість у Швеції та Нідерландах картина є більш строкатою, зважаючи на більш розгалужену систему звітності з використання та отримання НМА та більшу кількість видів НМА, що визначаються у країнах ЄС. Дані для побудови структур НМА у цих країнах взяті з [16; 17].

Проте у структурі НМА Швеції (рис. 3) важко визначити певний елемент, питома вага якого є визначальною (чотири елементи незначно відрізняються між собою за питомою вагою: дизайн, бренд, програмне забезпечення та наукові дослідження). Це свідчить про рівномірне вкладання коштів підприємствами у різні сфери для їх подальшого розвитку.

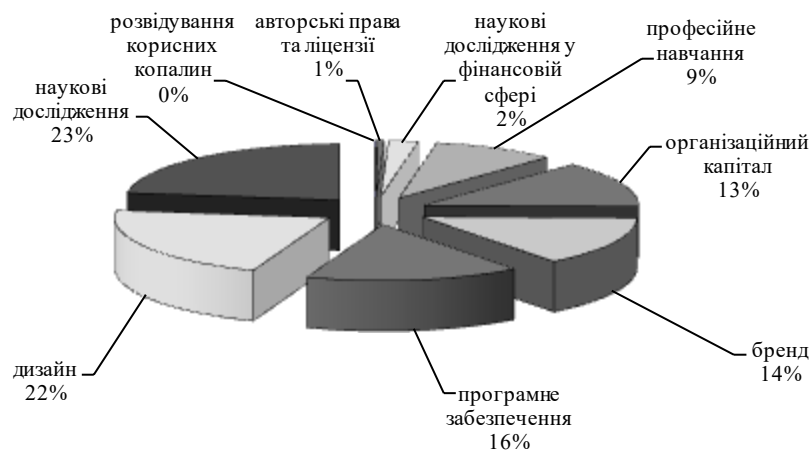


Рисунок 3 – Структура НМА у Швеції

Натомість у структурі НМА Нідерландів простежуються два лідери за питомою вагою – наукові дослідження та бренд. Це пов'язано зі зменшенням промислового виробництва безпосередньо на території цієї країни та перенесенням його до більш

#### Розділ 4 Проблеми управління інноваційним розвитком

«дешевих» із точки зору витрат країн. Безпосередній результат відомі нідерландські концерни (наприклад, «Філіпс», «Спайкер» та ін.) одержують від використання їх бренду сторонніми виробниками та від продажу патентів і ліцензій.

Незважаючи на членство досліджених в роботі країн Європи у єдиній економічній організації – Європейському Союзі, уніфікованість економічних законів та використання багатьма з досліджених країн єдиної валюти – євро (Нідерланди, Німеччина, Італія, Іспанія, Франція), необхідно відзначити, що структура НМА у кожній країні різна, з різними елементами, що займають найбільшу питому вагу.

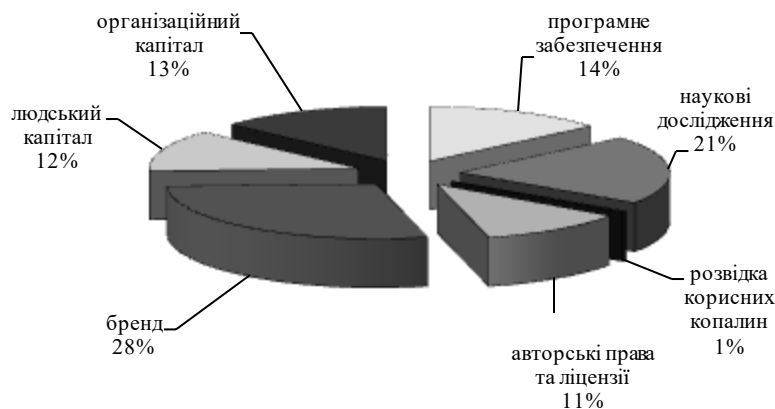


Рисунок 4 – Структура НМА у Нідерландах

Так, в економіці Німеччини, що досліджувалася за даними [18], найбільшу питому вагу в структурі НМА мають людський та організаційний капітал і витрати на наукові дослідження (рис. 5).

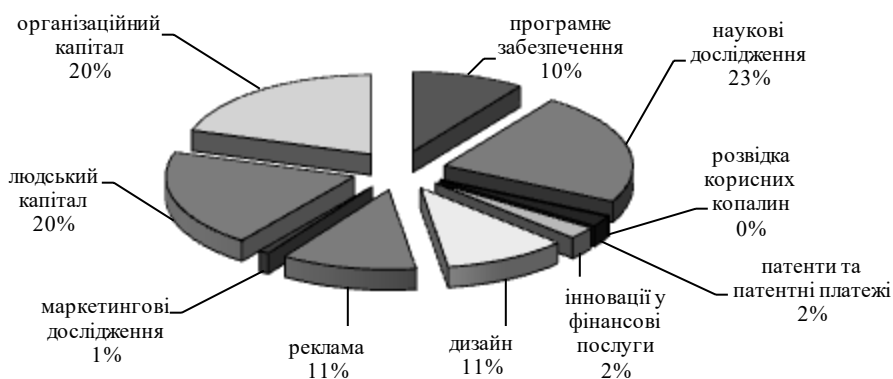


Рисунок 5 – Структура НМА у Німеччині

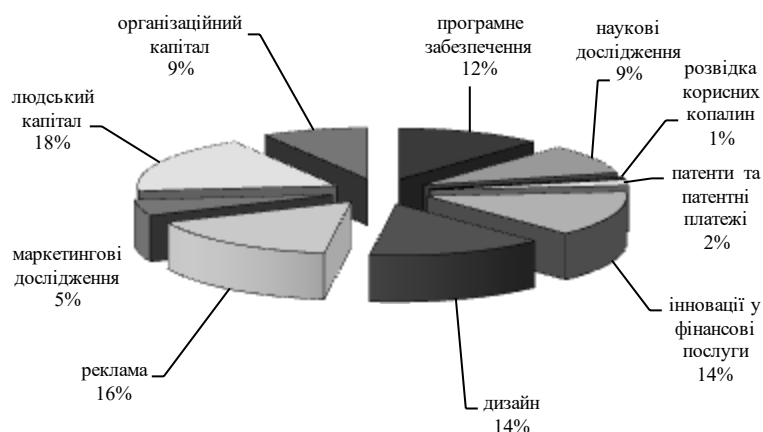
Це може бути пов'язане із концентрацією на території цієї країни значних наукових центрів та лабораторій провідних світових фірм і корпорацій, які вкладають кошти саме

**Д.А. Горвий. Порівняльний аналіз структури нематеріальних активів підприємств в Україні та світі**

у розроблення наукових здобутків та утримання фахівців, здатних до отримання таких здобутків.

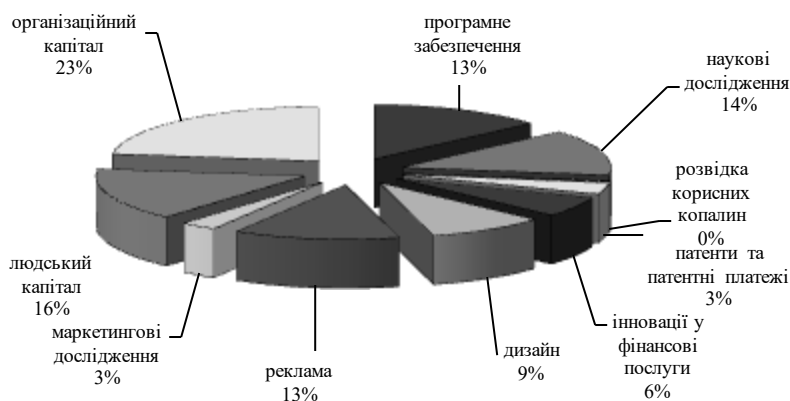
Дослідження НМА та визначення їх питомої ваги у Франції, Італії й Іспанії проводилися автором за даними, наведеними у [18], та за даними з відкритого доступу у мережі Інтернет (EuroStat [19], World Bank [20], Global Open Data [21], UN Data [22]).

Нематеріальні активи Італії розпорощені між багатьма елементами, серед яких досить важко визначити той, що виділяється серед інших (рис. 6).



**Рисунок 6 – Структура НМА у Італії**

Останніми роками економіка цієї країни перебуває у депресії, виробництво скорочується, тому основні кошти вкладаються у ті види НМА, які безпосередньо не пов'язані з виробництвом у цій країні: фінансові послуги, реклама та дизайн (передусім дорогі замовлення дизайну нових автомобілів у відомих кузовних фірм: Pininfarina, Barchetta, Lusso та ін.). Серед структури НМА у Франції передусім визначається питома вага організаційного капіталу (рис. 7).



**Рисунок 7 – Структура НМА у Франції**

#### Розділ 4 Проблеми управління інноваційним розвитком

Друге місце у питомій вазі у структурі НМА Франції посідає людський капітал. Також значну питому вагу мають такі елементи, як реклама, програмне забезпечення та наукові дослідження. Решта елементів НМА у структурі є значно низькими і не є її значущими чинниками.

Натомість у структурі НМА в Іспанії найбільша питома вага коштів, вкладених у архітектурні та дизайнерські розробки (рис. 8). Це пов'язано із досить відомою архітектурною та дизайнерською школою цієї країни, що є відомою в усьому світі.

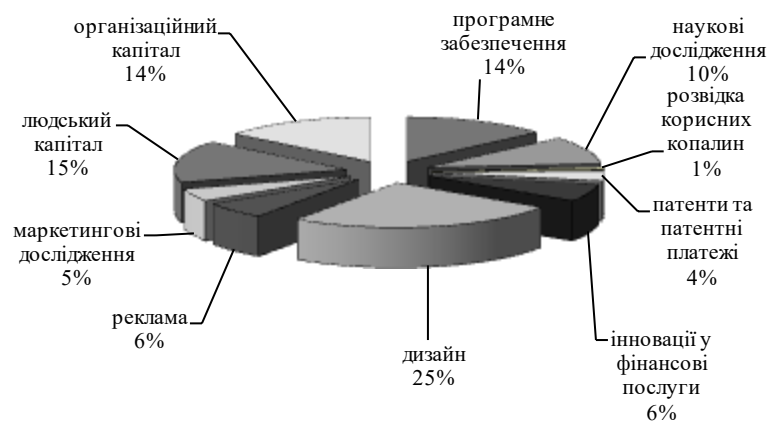


Рисунок 8 – Структура НМА в Іспанії

Єдиною країною з усіх досліджених, чия структура НМА є зовсім несхожою з іншими, є Японія. Більше половини інвестицій, спрямованих у НМА у цій країні, вкладаються у дані з розвідки корисних копалин (рис. 9).

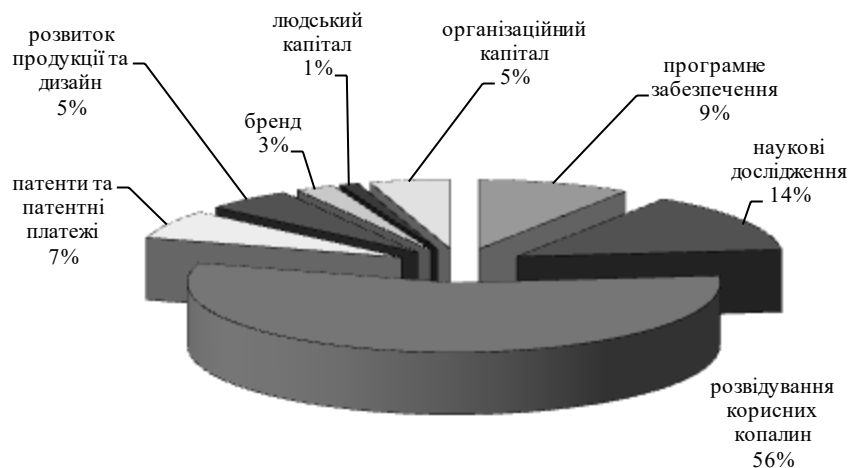
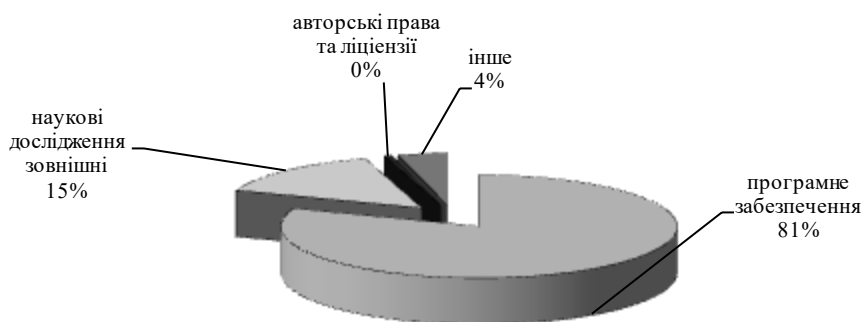


Рисунок 9 – Структура НМА у Японії

Це може бути пояснене майже повною відсутністю корисних копалин на території цієї країни та необхідністю їх пошуку й отримання на території інших країн, що значно підвищує вартість даних про їх наявність та безпосередню вартість таких робіт. Натомість необхідно відзначити найменший обсяг коштів з усіх досліджених країн, вкладений у розвиток брэнда та особливо людського капіталу. Останнє може бути пов'язане з особливістю управління та менеджменту персоналу на японських підприємствах. Дані для визначення структури НМА в цій країні одержані з [23].

На жаль, за даними статистичної звітності в Україні не ведеться облік саме структури НМА (на відміну від структури основних або оборотних активів) на макрорівні. Приблизну оцінку можна одержати лише за структурою інноваційних витрат в економіці (рис. 10).



*Рисунок 10 – Структура інноваційних витрат в економіці України*

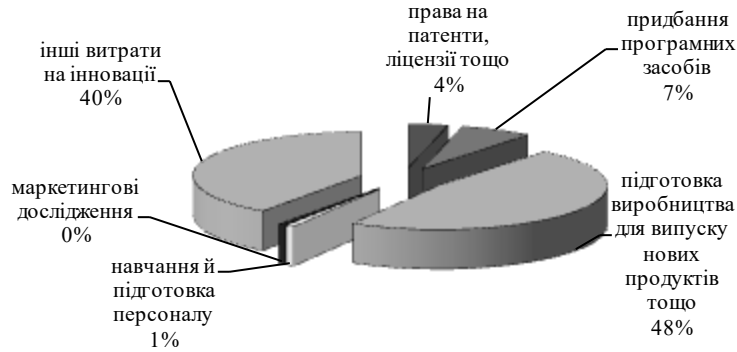
Така структура не зовсім відповідає іноземним через те, що у витратах на науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи (НДДКР) разом із програмним забезпеченням (яке є нематеріальним) також включаються витрати на придбання матеріальних речей (машин, обладнання тощо). Це істотно збільшує питому вагу саме цього складника витрат на НДДКР підприємств України. На жаль, інформація щодо таких інноваційних витрат, як на навчання та підготовку персоналу, діяльність щодо ринкового запровадження інновацій об'єднана у групу інше і детально не виокремлюється. Дані за 2015 рік для побудови рис. 10 одержані з [24].

Приблизно така сама структура властива і для витрат економіки Росії. Дані щодо цієї країни за 2014 рік наведені на рис. 11 і одержані з [25].

У зв'язку зі значною розбіжністю за офіційними даними, що визначаються у різних країнах, була зроблена спроба їх узагальнити, аби звести до єдиної структури. Для цього було зроблено спрощення, згідно з яким усі складники НМА цих країн було згруповано за трьома категоріями, що частіше за все визначаються у фінансовій звітності:

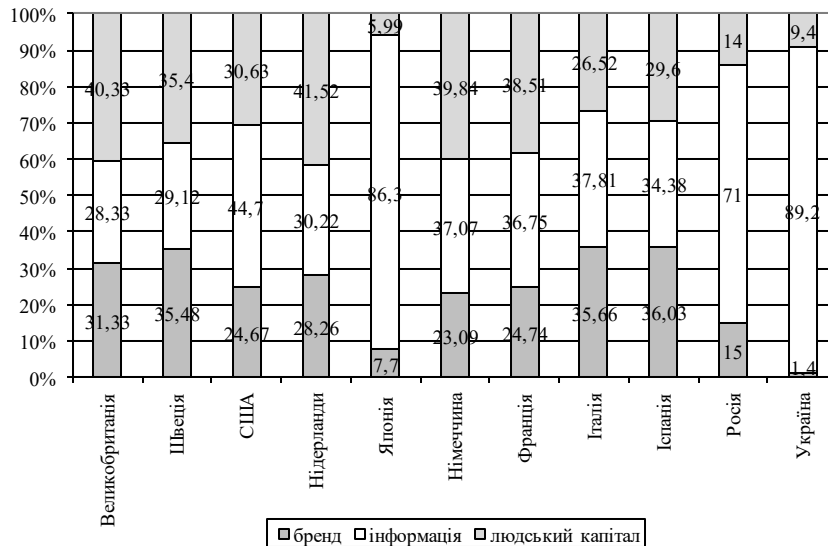
- брэнд (сюди також включено дизайн, що виокремлюється у США, Японії, Великобританії, Швеції та решті країн ЄС), маркетингові дослідження (Росія);
- інформація: програмне забезпечення, патенти і дослідження (країни ЄС, Росія та Україна), розвідування корисних копалин (Швеція, Японія та Нідерланди), підготовка до виробництва (Росія);
- людський капітал, а також організаційний капітал (Японія, країни ЄС), професійне навчання (Швеція, Росія).

**Розділ 4 Проблеми управління інноваційним розвитком**



**Рисунок 11 – Структура інноваційних витрат в економіці Росії**

В авторському праві та наукових розробках (зокрема і у фінансовому секторі) авторство може бути розділене між розробником-людиною та підприємством, на якому ця людина працює. Отже, ці категорії важко розділити між людським капіталом (як здобутком особистості, яка працює на певному підприємстві) та інформацією (як здобутком підприємства, який воно може перепродати). Тому будемо дотримуватися спрощення, за яким визначені категорії (авторські права та ліцензії, наукові дослідження, науково-дослідні роботи, наукові дослідження у фінансовій сфері) будуть порівну розділені між інформацією та людським капіталом. Оскільки категорію «інше», що застосовується у класифікації США, Великобританії, Росії та України, важко ідентифікувати, вона буде розділена порівну між трьома групами: інформація, бренд та людський капітал. Результати такого порівняння наведені на рис. 12.



**Рисунок 12 – Порівняльна структура НМА у деяких країнах світу**



**Висновки з даного дослідження та перспективи подальших розробок.** Із такого порівняння видно, що не можна визначити якогось одного переважного елемента у структурі НМА всіх країн. Хоча визначається тенденція переваги людського капіталу у структурі НМА європейських країн (Великобританія, Німеччина, Франція, Нідерланди) або бренда (Іспанія, Італія), натомість у США, а особливо у Японії, значно переважають за питомою вагою інформаційні ресурси.

У Швеції та Нідерландах картина є більш строкатою, зважаючи на більш розгалужену систему звітності з використання та одержання НМА та їх більшу кількість видів, що визначаються у цих країнах.

Дані щодо України й Росії можуть оцінюватися лише як приблизні, оскільки в них не провадиться статистичний облік саме структури НМА. Проте можна зробити висновок, що в цих країнах переважають складники, які і відображаються в існуючій фінансовій звітності – результати НДР, патенти, ліцензії тощо – тобто складники інформаційних надбань підприємств. На жаль, підприємства України майже зовсім не враховують у структурі нематеріальних активів людський та інтелектуальний капітал (окремо від матеріального носія останнього – патенту). Проте такий крок вимагатиме перегляду існуючої фінансової звітності, урахування в ній не лише витрат на оплату праці робітників, але й витрат на їх інтелектуальний та соціальний розвиток, синергетичного ефекту від поєднання різних робітників у єдиний людський капітал підприємства та розроблення спеціальної форми звітності, як-от *HR statement*, що діє у Фінляндії.

Тому більш можливою для вирішення (і більш нагальною) з цього дослідження для підприємств України є проблема недооцінювання бренду підприємствами. Адже найбільш відомим і разом із тим найменш урахованим у сучасній фінансовій звітності складником НМА підприємства можна вважати саме його бренд. Бо до складу НМА належить торгова марка (частина бренду), а не весь бренд, який, крім торгової марки, ще включає імідж, особливості організаційної структури, корпоративну культуру, маркетингову політику, технологію, сервіс тощо, тобто набір властивостей, що відрізняють товар одного виробника від іншого. Найбільша кількість відомих українських брендів зараз зосереджена в експортоорієнтованих галузях: харчова промисловість (зокрема виробництво алкогольних напоїв), авіабудування, оборонна промисловість. Українські підприємства майже завжди використовують концепцію створення єдиного бренду, а його популяризація досягається переважно засобами реклами. Такі шляхи не потребують зміни законодавства і можливі на рівні самих підприємств, що і робить саме цей складник НМА перспективним для розвитку українськими підприємствами.

Розширення наявних і головне врахованих у структурі балансу підприємств видів НМА має на меті забезпечення капіталізації нематеріальних здобутків підприємства, які раніше не оцінювалися (інформація, людський капітал, бренд). Це дозволить підприємствам не лише підвищити власну конкурентоспроможність та збільшити власну вартість, не порушуючи при цьому їх нормального функціонування та обігу капіталу (що важливо при угодах М&А та IPO), але й знайти нові джерела власних коштів (за рахунок амортизації більшої кількості видів НМА).

Адже саме власні кошти найчастіше постають джерелом фінансування НМА, оскільки більші суми позикових коштів використовуються для фінансування здобутків, здатних надавати більш швидкий результат, тобто вкладаються в оборотні активи.

Виходячи із вищезазначеного, подальші дослідження мають бути спрямовані на розвиток бренду українських підприємств як найпростішого способу збільшення обсягу

#### Розділ 4 Проблеми управління інноваційним розвитком

---

НМА та зміни їх структури. Адже бренд може бути нематеріальним активом підприємства, що оцінюється у грошовому вираженні, на який провадиться нарахування амортизації, що, у свою чергу, є одним з важливих власних джерел надходжень коштів для його стабільності. Тому для більшості вітчизняних промислових підприємств, фінансове становище яких не є стабільним, поява нового джерела надходження власних коштів і одержання непрямого ефекту за рахунок підвищення собівартості і, як наслідок, зниження суми оподаткованого прибутку може бути досить своєчасним.

1. Bontis N. Intellectual Capital Disclosure in Canadian Corporations [Електронний ресурс] / N. Bontis // Journal of Human Resource Costing & Accounting. – Режим доступу: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.2.7427&rep=rep1&type=pdf>.
2. Chun Wei Choo. The Strategic Management of Intellectual Capital and Organizational Knowledge / Chun Wei Choo, N. Bontis. – New York : Oxford University Press, 2002. – 748 p.
3. Каплан Р.С. Стратегические карты: Трансформация нематериальных активов в материальные результаты / Р.С.Каплан, Д.П. Нортон. – М. : Олимп-Бизнес, 2005. – 493 с.
4. Luthy D.H. Intellectual capital and its measurement [Електронний ресурс] / D. H. Luthy // Proc. of the Asian Pacific Interdisciplinary Research in Accounting Conference (APIRA) Utah USA. – 1998. – Режим доступу: [www3.bus.osaka-cu.ac.jp](http://www3.bus.osaka-cu.ac.jp).
5. Roos J. Intellectual Capital: Navigating in the New Business Landscape / J. Roos, G. Roos, N.C. Dragonetti, L. Edvinsson. – New York : Macmillan, Houndsmills, Basingtoke, 1997. – 263 p.
6. Sullivan P.H. Jr. Valuing intangibles companies. An intellectual capital approach [Електронний ресурс] / P.H. Sullivan Jr., P.H. Sullivan Sr. // Journal of Intellectual Capital. – 2000. – Vol. 1, №4. – Режим доступу: <http://home.bi.no/fgl99011/Bok2215/IK-artikkel-3.pdf>.
7. Stewart T.A. Intellectual Capital. The New Wealth of Organizations / T.A. Stewart. – New York : Doubleday Business, 1997. – 404 p.
8. Дороніна М.С. Управління економічними і соціальними процесами підприємства. Монографія / М.С. Дороніна. – Х. : Вид. ХДЕУ, 2002. – 351 с.
9. Кендюхов О.В. Інтелектуальний капітал підприємства: гносеологія економічної категорії / О.В. Кендюхов // Вісник Донецького університету економіки та права. – 2011. – №2. – С. 12-16
10. Козырев А.Н. Оценка стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности / А.Н. Козырев, В.Л. Макаров. – М. : Ингерреклама, 2003. – 352 с.
11. Кузьмін О.С. Концептуальні засади управління інтелектуальним капіталом підприємства / О.С. Кузьмін, О.А. Ліпич // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – №11 (125). – С. 137-144.
12. Ілляшенко С.М. Актуальні проблеми управління інтелектуальним капіталом підприємства / С.М. Ілляшенко // Механізм регулювання економіки. – 2008. – №2. – С. 92-102.
13. Голишева Є.О. Оптимізація системи управління споживчим капіталом підприємства / Є.О. Голишева // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2013. – №4. – С. 236-249.
14. Blaug R. Accounting for intangibles: Financial reporting and value creation in the knowledge economy. A Research Report for The Work Foundation's Knowledge Economy Programme [Електронний ресурс] / R. Blaug, R. Leckhi. – Режим доступу: <http://www.researchpublic.com/publications/116-accounting-for-intangibles-financial-reporting-and-value-creation-in-the-knowledge-economy>.
15. Corrado C. Intangible Capital and U.S. Economic Growth [Електронний ресурс] / C. Corrado, Ch. Hulten, D. Sichel. – Режим доступу: [https://www.conference-board.org/pdf\\_free/IntangibleCapital\\_USEconomy.pdf](https://www.conference-board.org/pdf_free/IntangibleCapital_USEconomy.pdf).
16. Edquist H. How much does Sweden invest in intangible assets? [Електронний ресурс] / H. Edquist // IFN Working Paper. – 2009. – №785. – Режим доступу: <http://ebookbrowse.com/presentation-coinvest-harald-edquist-pdf-d283644344>.
17. van Rooijen-Horsten M. Intangible capital in the Netherlands: a benchmark [Електронний ресурс] / M. van Rooijen-Horsten, D. van den Bergen, M. Tanriseven. – Режим доступу: [www.cbs.nl/NR/rdonlyres/DE0167DE-BFB8-4EA1-A55C-FF0A5AFCBA32/0/200801x10pub.pdf](http://www.cbs.nl/NR/rdonlyres/DE0167DE-BFB8-4EA1-A55C-FF0A5AFCBA32/0/200801x10pub.pdf).

18. Crass D. Intangible Assets and Investments at the Sector Level – Empirical Evidence for Germany [Електронний ресурс] / D. Crass, G. Licht, B. Peters// Competitiveness, Innovation and Intangible Investments in Europe. ZEW/TCBE. Discussion Paper №14-049. – Режим доступу: [http://ftp.zew.de/pub/zew-docs/gutachten/Coinvest\\_D10\\_Germany\\_ZEW\\_final.pdf](http://ftp.zew.de/pub/zew-docs/gutachten/Coinvest_D10_Germany_ZEW_final.pdf).
  19. EuroStat [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ec.europa.eu/eurostat>.
  20. World Bank [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://data.worldbank.org>.
  21. Global Open Data [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://index.okfn.org/dataset/statistics/>.
  22. UN Data [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://data.un.org>.
  23. Fukao K. Intangible Investment in Japan: Measurement and Contribution to Economic Growth [Електронний ресурс] / К. Fukao, S. Hamagata, T. Miyagawa, K. Tonogi. – Режим доступу: <http://www.ricti.go.jp/jp/publications/dp/07e034.pdf>.
  24. Державна служба статистики України (Держстат) / Наука, технології та інновації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
  25. Федеральная служба государственной статистики (Росстат) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/science\\_and\\_innovations/science/#](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/science_and_innovations/science/#).
1. Bontis, N. (2002). Intellectual Capital Disclosure in Canadian Corporations. *Journal of Human Resource Costing & Accounting*. Retrieved from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.2.7427&rep=rep1&type=pdf> [in English].
  2. Chun Wei Choo, & Bontis, N. (2002). *The Strategic Management of Intellectual Capital and Organizational Knowledge*. New York: Oxford University Press [in English].
  3. Caplan, R.S., & Norton, D.P. (2005). *Strategicheskie karty: Transformatsiya nematerialnykh aktiviv v materialnye rezultaty [Strategic cards: Transformation of intangible assets in material results]*. Moscow: Olimp-Biznes [in Russian].
  4. Luthy, D.H. (1998). *Intellectual capital and its measurement. Proc. of the Asian Pacific Interdisciplinary Research in Accounting Conference (APIRA)* Utah. Retrieved from [www3.bus.osaka-cu.ac.jp](http://www3.bus.osaka-cu.ac.jp) [in English].
  5. Roos, J., Roos, G., Dragonetti, N.C., & Edvinsson, L. (1997). *Intellectual Capital: Navigating in the New Business Landscape*. New York: Macmillan, Houndsmills, Basingtoke [in English].
  6. Sullivan, P.H. Jr., & Sullivan, P.H. Sr. (2000). Valuing intangibles companies. An intellectual capital approach. *Journal of Intellectual Capital*, 1, 4. Retrieved from <http://home.bi.no/fgl99011/Bok2215/IK-artikkel-3.pdf> [in English].
  7. Stewart, T.A. (1997). *Intellectual Capital. The New Wealth of Organizations*. New York: Doubleday Business [in English].
  8. Doronina, M.S. (2002). *Upravlinnya ekonomichnymi i sotsialnymi protsesamy pidpryemstva [Economic and social enterprises processes management]*. Kharkiv, KhEDEDU [in Ukrainian].
  9. Kendiukhov, O.V. (2011). Intelektualnyi kapital pidpryemstva: gnoseologia ekonomichnoyi kategoriyi [Intellectual capital of the enterprise: gnoseology of economic category]. *Visnyk Donetskogo uniwersytetu ekonomiky i prava – Herald of Donetsk University of Economics and Law*, 2, 12-16 [in Ukrainian].
  10. Kozyriev, A.N. (2003). *Otsenka stoimosti nematerialnykh aktivov i intellektualnoy sobstvennosti [Intangible assets and intellectual property value assessment]*. Moscow: Interreklama [in Russian].
  11. Kuzmin, O.Ye., & Lipich, O.A. (2011). Kontseptualni zasady upravlinnya intelektualnym kapitalom pidpryemstva [Conceptual basis of enterprise intellectual capital management]. *Aktualni problemy ekonomiky – Actual Problems of Economics*, 11(125), 137-144 [in Ukrainian].
  12. Illiashenko, S.M. (2008). Aktualni problemy upravlinnia intelektualnym kapitalom pidpryemstva [Actual problems of enterprise intellectual capital management]. *Mekhanizm rehulyvannia ekonomiky – Mechanism of economics regulation*, 2, 92-102 [in Ukrainian].
  13. Golyshcheva, Ye.O. (2013). Optyimizatsiia systemy upravlinnya spozhyvchim kapitalom pidpryemstva [Optimization of enterprise consumer capital management system]. *Marketing i menezhment innovatsiy – Innovation marketing and management*, 4, 236-249 [in Ukrainian].

#### Розділ 4 Проблеми управління інноваційним розвитком

---

14. Blaug, R., & Leckhi, R. (2009). Accounting for intangibles: Financial reporting and value creation in the knowledge economy. *A Research Report for The Work Foundation's Knowledge Economy Programme*. Retrieved from <http://www.researchrepublic.com/publications/116-accounting-for-intangibles-financial-reporting-and-value-creation-in-the-knowledge-economy> [in English].
15. Corrado, C., Hulten, Ch., & Sichel, D. (2009). Intangible Capital and U.S. Economic Growth. *conference-board.org*. Retrieved from [www.conference-board.org/pdf\\_free/IntangibleCapital\\_USEconomy.pdf](http://www.conference-board.org/pdf_free/IntangibleCapital_USEconomy.pdf) [in English].
16. Edquist, H. (2009). How much does Sweden invest in intangible assets? *IFN Working Paper*, 785. Retrieved from <http://ebookbrowse.com/presentation-coinvest-harald-edquist-pdf-d283644344> [in English].
17. van Rooijen-Horsten, M., van den Bergen, D., & Tanriseven, M. (2008). Intangible capital in the Netherlands: A benchmark. *Statistics Netherlands, Voorburg/Heerlen*. Retrieved from [www.cbs.nl/NR/rdonlyres/DE0167DE-BFB8-4EA1-A55C-FF0A5AFCBA32/0/200801x10pub.pdf](http://www.cbs.nl/NR/rdonlyres/DE0167DE-BFB8-4EA1-A55C-FF0A5AFCBA32/0/200801x10pub.pdf) [in English].
18. Crass, D., Licht, G., & Peters, B. (2009). Intangible Assets and Investments at the Sector Level – Empirical Evidence for Germany. *Competitiveness, Innovation and Intangible Investments in Europe. ZEW/TCBE. Discussion Paper, 14-049*. Retrieved from [http://ftp.zew.de/pub/zew-docs/gutachten/Coinvest\\_D10\\_Germany\\_ZEW\\_final.pdf](http://ftp.zew.de/pub/zew-docs/gutachten/Coinvest_D10_Germany_ZEW_final.pdf) [in English].
19. EuroStat. *ec.europa.eu*. Retrieved from <http://ec.europa.eu/eurostat> [in English].
20. World Bank. *data.worldbank.org*. Retrieved from <http://data.worldbank.org> [in English].
21. Global Open Data. *index.okfn.org*. Retrieved from <http://index.okfn.org/dataset/statistics/> [in English].
22. UN Data. *data.un.org*. Retrieved from <http://data.un.org> [in English].
23. Fukao, K., Hamagata, S., Miyagawa, T., & Tonogi, K. (2009). Intangible Investment in Japan: Measurement and Contribution to Economic Growth. *www.rieti.go.jp*. Retrieved from <http://www.rieti.go.jp/jp/publications/dp/07e034.pdf> [in English].
24. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (Derzhstat) / Nauka, tekhnologii ta innovatsii [State Service of Statistics in Ukraine / Science, Technology and Innovation]. *www.ukrstat.gov.ua*. Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].
25. Federalnaya sluzhba gosudarstvennoy statistiki (Rosstat) [Federal Service of State Statistics]. *www.gks.ru*. Retrieved from [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/science\\_and\\_innovations/science/#](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/science_and_innovations/science/#) [in Russian].

**Д.А. Горовой**, д-р экон. наук, доцент, заведующий кафедрой международной экономики, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет (г. Харьков, Украина)

#### **Сравнительный анализ структуры нематериальных активов предприятий в Украине и мире**

*Лишь незначительная часть нематериальных достижений отображается сейчас на балансе украинских предприятий в составе нематериальных активов. Это существенно снижает конкурентоспособность предприятий как на местном, так и на мировом рынке. Целью статьи является сравнение структуры нематериальных активов, отражающихся в финансовой отчетности разных стран, и разработка предложений по увеличению видов НМА в их структуре на предприятиях Украины. Мировая практика свидетельствует о довольно разнообразной структуре нематериальных активов в разных странах мира. В связи со значительным расхождением по официальным данным, определяющимся в разных странах, была сделана попытка обобщить эти данные, чтобы привести их к единой структуре. По данным статистической отчетности в Украине приблизительную оценку структуры нематериальных активов можно получить лишь по структуре инновационных затрат в экономике. По ним видно, что в Украине преобладают составляющие информационных ресурсов предприятий.*

Ключевые слова: нематериальные активы, бренд, человеческий капитал, информационные ресурсы, организационный капитал, инновационные затраты, научно-исследовательские работы.

*D.A. Gorovyi*, Doctor of Economics, Associate Professor, Head of International Economics Department, Kharkiv National Automobile and Highway University (Kharkiv, Ukraine)

**Comparison analysis of enterprise intangible assets structure in Ukraine and over the world**

One of the problems of Ukrainian enterprises at the present stage of economic development is the optimization the volume and structure of their assets through a tendency of their value underestimation. Only a small part of the intangible assets are displayed now on the balance of Ukrainian enterprises as intangible assets. This significantly reduces the competitiveness of enterprises at both the local and global markets. And due to that at M & A agreements or the procedure of IPO Ukrainian companies are undervalued, and they are considerably weaker and cheaper compared with foreign ones.

*The aim of the article.* The aim of the article is to compare the structure of intangible assets, which are recognized in the financial statements of different countries, and to develop proposals on for intangible assets types differing in their structure on the Ukrainian enterprises.

*The results of the analysis.* World practice shows quite different structure of intangible assets in different countries of the world. It was defined, that it is impossible to identify any one dominant element in the structure of intangible assets of all countries. Although the membership of investigated countries of Europe in a single economic organization - the European Union, and commonality of economic laws and the use of single currency euro by Netherlands, Germany, Italy, Spain, France, it should be noted that the intangible assets structure in each country is different, with different elements, which occupy the largest share.

As the significant discrepancies in official data acquires, which are determined in the different countries, an attempt was made to summarize the data, if only to bring them into a single structure. Due to it was made the simplification, according to which all components of the intangible assets of these countries have been grouped for the three categories, which are often defined in the financial statements: brand, information resources and people capital.

It is determined the share benefits of human capital in the structure of intangible assets of European countries (UK, Germany, France, the Netherlands) or brand (Spain, Italy), instead of it in the United States and especially in Japan the information resources significantly prevail over the share.

But in Sweden and the Netherlands, the picture is more varied, taking into consideration the more extensive reporting system of intangible assets, and more kinds of intangible assets, which are defined in these countries.

Unfortunately, according to statistical reports in Ukraine there are no records of intangible assets structure (in contrast to the structure of basic or current assets) at the macro level. A rough estimation can be obtained only at the cost structure of innovations in the economy. Such a structure is not entirely responsible with foreign ones due to the fact that the costs of research and development works with the software (which are intangible), also includes the cost of material goods acquisition (machinery, equipment etc.). This significantly increases the share of this particular part of the cost for research and development work at the enterprises in Ukraine. However, it is clear that for Ukraine the components of the information resources of enterprises are dominated. The underestimating of brand enterprises problem looks particularly acute in this study for the enterprises of Ukraine. From this it arises the need for further development of methods to increase the attractiveness of Ukrainian enterprises through the development of their brand.

*Conclusions and directions of further researches.* The expansion of existing and, most importantly, recorded in the structure of the balance sheet types intangible assets will allow not only to increase to the companies of Ukraine their own value (that is important in M & A and IPO transactions), but also to find new sources of own funds (due to depreciation of more intangible assets types).

*Keywords:* intangible assets, brand, peoples capital, informational resources, organizational capital, innovation loses, science and research works.

*Отримано 11.07.2016 р.*